

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA
PADA LOYALITAS PELANGGAN
DI WARNA MUSIC STUDIO
SIDOARJO**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

Jibril Renggowanto
0412010402/FE/EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2009**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA
PADA LOYALITAS PELANGGAN
DI WARNA MUSIC STUDIO
SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



Diajukan Oleh :

**Jibril Renggowanto
0412010402/FE/EM**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2009**

KATA PENGANTAR

Assalamua'laikum Wr. Wb,

Syukur Alhamdulillah dan terima kasih kepada junjungan tertinggi, ALLAH SWT atas kemampuan dan kasih karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN DI WARNA *MUSIC STUDIO* SIDOARJO”**.

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang bersedia untuk memberikan bantuan dan dukungannya baik secara materiil maupun moril kepada penulis, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Dra. Ec. Hj. Siti Aminah, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh staf Dosen dan Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Bapak dan Ibu serta Saudara-saudaraku tercinta yang sudah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pada akhirnya penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan perlu adanya perbaikan, oleh karenanya penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran serta masukan-masukan bagi peneliti yang lain di masa yang akan datang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, Februari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.2.3. Perilaku Konsumen	13
2.2.4. Pengertian Jasa.....	13
2.2.5. Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	15

2.2.6. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	18
2.2.7. Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>)	21
2.2.8. Pengaruh Antara Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.2.9. Pengaruh Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyali Pelanggan	22
2.3. Kerangka Konseptual	24
2.4. Hipotesis	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.1.1. Definisi Operasional	26
3.1.2. Pengukuran Variabel	30
3.2. Teknik Penentuan Sampel	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1. Jenis Data	32
3.3.2. Sumber Data	32
3.3.3. Pengumpulan Data	32
3.4. Teknik Analisis SEM dan Uji Hipotesis	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	37
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	37

4.2. Karakteristik Responden	38
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian	41
4.3.1. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X)	41
4.3.2. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	46
4.3.3. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)	48
4.4. Deskripsi Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis	50
4.4.1. Evaluasi atas <i>Outlier</i>	50
4.4.2. Uji Reliabilitas	51
4.4.3. Uji Validitas	53
4.4.4. Uji <i>Construct Reliability dan Variance Ectracted</i>	54
4.4.5. Uji Normalitas	55
4.4.6. Deteksi <i>Multicollinierity dan Singularity</i>	56
4.4.7. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dan Pengujian	
Hipotesis	56
4.4.7.1. Evaluasi Model <i>One Step Approach to SEM</i>	56
4.4.7.2. Analisis Unidimensi <i>First Order</i>	59
4.4.7.3. Analisis Unidimensi <i>Second Order</i>	60
4.4.7.4. Uji Kausalitas	60
4.5. Pembahasan	61
4.5.1. Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Signifikan	
Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.5.1. Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif Signifikan	
Terhadap Loyalitas Pelanggan	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Jumlah Pelanggan Yang Bermain Musik Tahun 2006-2008...	4
Tabel 1.2. Data Komplain	5
Tabel 3.1. <i>Goodness of Fit Indices</i>	36
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	38
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin	39
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasar Pendidikan Terakhir	39
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan	40
Tabel 4.5. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Tangible</i> (X1)	41
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Reliability</i> (X2)	42
Tabel 4.7. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Responsiveness</i> (X3)	43
Tabel 4.8. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Assurance</i> (X4)	44
Tabel 4.9. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Emphaty</i> (X5)	45
Tabel 4.10. Hasil Jawaban Responden Untuk Kepuasan Pelanggan (Y)	47
Tabel 4.11. Hasil Jawaban Responden Untuk Loyalitas Pelanggan (Z)	49
Tabel 4.12. Uji <i>Outlier Multivariate</i>	51
Tabel 4.13. Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.14. Uji Validitas	53

Tabel 4.15. <i>Construct Reliability & Variance Extracted</i>	54
Tabel 4.16. Uji Normalitas	55
Tabel 4.17. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Base Model</i>	57
Tabel 4.18. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Modifikasi	58
Tabel 4.19. Unidimensi <i>First Order</i>	59
Tabel 4.20. Unidimensi <i>Second Order</i>	60
Tabel 4.21. Data Uji Kausalitas	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1. Model Pengukuran Kausalitas <i>One Step Approach</i>	57
Gambar 4.2. Model Pengukuran Kausalitas <i>One Step Approach</i> Modifikasi..	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 3. Hasil Perhitungan *Structural Equation Modeling*

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN DI WARNA MUSIC STUDIO SIDOARJO

Oleh :

Jibril Renggowanto

Setiap badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa tidak akan lepas dari kegiatan pelayanan kepada masyarakat. Sudah barang tentu peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat harus terus ditingkatkan terutama di jaman modern sekarang ini. Kunci keberhasilan perusahaan terletak pada pelanggan sehingga mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya. Banyaknya usaha *studio* musik yang bermunculan saat ini, baik itu *studio* musik kecil atau besar telah menimbulkan persaingan bagi usaha-usaha sejenis yang ada sebelumnya. Warna *Music Studio* merupakan salah satu *studio* musik yang dihadapkan permasalahan penurunan jumlah pelanggan dari tahun 2006-2008. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya pada Loyalitas Pelanggan di Warna *Music Studio* Sidoarjo.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang dan bermain musik di Warna *Music Studio* Sidoarjo. Skala pengukuran menggunakan skala interval dan skala pembentukan menggunakan skala *likert*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 112 pelanggan. Data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang datang dan bermain musik di Warna *Music Studio* Sidoarjo. Teknik analisis yang digunakan adalah *SEM (Structural Equation Modeling)* untuk melihat hubungan kausalitas antar faktor.

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Key word : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa tidak akan lepas dari kegiatan pelayanan kepada masyarakat. Sudah barang tentu peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat harus terus ditingkatkan terutama di jaman modern sekarang ini. Hal tersebut dimaksudkan adalah untuk memberikan servis yang memuaskan kepada pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa dimanjakan dan akan terus menjadi pelanggan yang setia. Kunci keberhasilan perusahaan terletak pada pelanggan sehingga mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya.

Kondisi persaingan antar perusahaan yang semakin kompetitif mengharuskan setiap pengusaha mengkaji ulang strategi yang digunakannya agar tidak kehilangan pelanggannya dan demi mencapai keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Usaha perusahaan dalam memasarkan hasil produk atau jasa, tak bisa lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan.

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis kini sudah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar ia dapat tetap *survive* dalam bisnisnya. Apabila dahulu kualitas masih menjadi senjata agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, namun kini hampir semua perusahaan, terlebih perusahaan jasa dapat memberikan kualitas yang sama, tentu saja persoalan kualitas bukanlah menjadi salah satu senjata andalan bersaing. Kualitas kini

ibarat tiket masuk kedalam gelanggang persaingan bisnis bila perusahaan ingin tetap *survive*.

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan. Bagaimana pelanggan menentukan pilihan produk yang akan dibelinya, membuat perusahaan sadar bahwa tiap pelanggan selalu melakukan pertimbangan mengenai produk atau jasa dari sisi besarnya nilai yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Mereka membentuk harapan dari nilai yang diperoleh dan dari nilai tersebut kemudian diukur besar kepuasan yang dimiliki pelanggan. Jadi persoalan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan.

Banyaknya usaha *studio* musik yang bermunculan saat ini, baik itu *studio* musik kecil atau besar telah menimbulkan persaingan harga bagi usaha-usaha sejenis yang ada sebelumnya. Kondisi ini mendorong pihak *studio* musik untuk menciptakan peluang agar dapat menerapkan ide-ide yang baru untuk menarik minat konsumen.

Setiap pengelola *studio* musik harus dapat melaksanakan sasaran pemasarannya yang tepat sehingga tujuan perusahaan-perusahaan dapat tercapai. Selain itu pihak *studio* musik juga harus dapat menentukan bagaimana memberikan kepuasan kepada pelanggan, bisa berupa kualitas layanan yang lebih baik dari pesaingnya, menghasilkan pelayanan atau

servis dengan kualitas tinggi, dan menetapkan harga yang sesuai serta terjangkau.

Warna *Music Studio* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa rental alat-alat musik yang menyewakan alat-alat untuk bermain musik. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat pada saat ini, para pemilik *studio* musik dituntut untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan saat ini, karena pada dasarnya membeli suatu jasa bukan hanya dilihat dari segi fisiknya saja tetapi juga manfaat dan kehandalan dari jasa tersebut. Keinginan dan *animo* bermain musik di kalangan remaja hingga dewasa membuat pemilik studio lebih memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas serta kembali lagi ke *studio* musik tersebut.

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah jasa rental *studio* musik yang merupakan tempat untuk menyalurkan dan berlatih musik. Keinginan untuk bermain musik ada di dalam setiap diri para remaja yang ingin menunjukkan kemampuannya bermain musik di hadapan orang banyak. Untuk mengembangkan kemampuan bermain musik tersebut jasa rental musik studio sangat dibutuhkan bagi para remaja.

Warna *Music Studio* dihadapkan permasalahan penurunan jumlah pelanggan, di mana pada tahun 2006 sampai 2008 mengalami penurunan secara terus-menerus. Hal ini dapat dilihat pada tabel data jumlah pelanggan yang bermain musik dari tahun 2006 sampai 2008 berikut ini :

Tabel 1.1 Data Jumlah Pelanggan Yang Bermain Musik Tahun 2006-2008

Bulan	Tahun 2006	Tahun 2007	Tahun 2008
Januari	167	151	160
Februari	154	119	110
Maret	132	124	100
April	140	156	122
Mei	161	135	98
Juni	145	101	101
Juli	110	113	153
Agustus	235	162	185
September	152	112	109
Oktober	115	102	92
Nopember	103	126	117
Desember	129	107	104
Jumlah	1743	1508	1451

Sumber : Warna *Music Studio*

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa jumlah pelanggan pada tahun 2006 sebanyak 1743 orang, pada tahun 2007 turun menjadi 1508 orang dan turun lagi menjadi 1451 orang.

Dan didukung jumlah komplain di Warna *Music Studio* yang mengalami kenaikan dari tahun 2006 sebanyak 127 orang, tahun 2007 sebanyak 150 orang dan tahun 2008 sebanyak 201 orang. Jumlah komplain tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2. berikut ini :

Tabel 1.2 Data Komplain

Bulan	Tahun 2006	Tahun 2007	Tahun 2008
Januari	12	15	20
Februari	11	12	12
Maret	9	17	15
April	10	10	16
Mei	8	18	23
Juni	13	11	21
Juli	11	13	13
Agustus	9	9	19
September	12	10	12
Oktober	15	16	14
Nopember	10	11	17
Desember	7	8	19
Jumlah	127	150	201

Sumber : Warna *Music Studio*

Menurut Tjiptono (1995:24) terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang sejauh mana loyalitas pelanggan tercapai yang kemudian dijadikan penelitian dengan judul :

“ ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN DI WARNA MUSIC STUDIO SIDOARJO ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka perumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Warna *Music Studio* Sidoarjo?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Warna *Music Studio* Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Warna *Music Studio* Sidoarjo.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Warna *Music Studio* Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan memberikan tujuan dari penelitian yang hendak dicapai, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi sebagai masukan bagi Warna *Music Studio* Sidoarjo, bahwa loyalitas

pelanggan *studio* musik dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dari kualitas layanan yang baik.

2. Bagi Akademik

Sebagai referensi dan memberikan sumbangan berupa ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan untuk mendukung penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam terciptanya loyalitas pelanggan.